

## IV. METODE PENELITIAN

### 4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian mengenai perilaku konsumen ini dilakukan di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang, Jawa Timur. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Lowokwaru merupakan kecamatan besar dengan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya baik penduduk asli maupun pendatang dari luar kota Malang dengan latar belakang pengetahuan yang cukup baik akan beras berlabel untuk dikonsumsi. Daerah penelitian yang ditetapkan yakni pada Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Pengambilan data untuk penelitian ini dilakukan pada bulan Juli hingga September 2016.

### 4.2 Metode Penentuan Responden

Peneliti menentukan populasi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Non Probability Sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Dengan demikian hanya konsumen yang membeli beras berlabel saja yang menjadi responden dalam penelitian ini. Sedangkan untuk metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah sebuah metode yang proses pengambilan sampelnya cukup dengan mengambil siapa saja yang kebetulan ditemui oleh peneliti dilapangan sesuai kebutuhan studinya (Prijana, 2005). Sampel yang digunakan sebagai responden adalah ibu rumah tangga yang saat itu mengkonsumsi beras berlabel di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

Menurut Cooper dan Emory (1996), populasi yang tidak terbatas untuk penelitian yang berjenis pengukuran perilaku konsumen untuk dijadikan sampel menggunakan rumus :

$$\sigma p = \frac{\sqrt{pq}}{n-1}$$

$$n = \frac{pq}{\sigma p^2} + 1$$

Keterangan :

n = jumlah responden

$\sigma p = 0,051$  (kesalahan proporsi standart)

pq = ukuran penyebaran sampel (sebagai estimasi atau asumsi penyebaran populasi)

Jumlah populasi dalam penelitian ini diambil berdasarkan asumsi bahwa 50% dari populasi ibu rumah tangga yang mengkonsumsi beras berlabel dengan jumlah yang tak terhingga mampu mewakili dan memberikan informasi kepada peneliti. Sehingga jumlah responden yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{pq}{\sigma p^2} + 1$$

$$n = \frac{0,5 \times 0,5}{(0,051)^2} + 1$$

$$n = 97$$

Responden merupakan konsumen yang memenuhi kriteria dan bersedia dimintai keterangan, jumlah responden yang diperoleh yaitu 97 responden dan harus memenuhi kriteria sebagai responden. Responden dengan jumlah populasi yang tidak diketahui tersebut dianggap telah mampu untuk mewakili populasi dan dapat digunakan sebagai sampel.

#### 4.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber asli melalui proses wawancara yang dilakukan kepada responden dengan menggunakan kuisisioner dan pedoman wawancara sesuai dengan topik yang diteliti. Sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa buku penunjang yang terkait dengan topik penelitian,

studi pustaka dan literatur, berbagai instansi yang terkait dengan topik penelitian seperti Badan Pusat Statistik, dan penelitian terdahulu.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner terbuka dan tertutup.

Instrumen kuesioner diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga menghasilkan data yang valid dan reliabel. Instrumen yang *valid* berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama menghasilkan data yang sama. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk lebih mendalami responden secara spesifik yang dapat dilakukan dengan tatap muka ataupun komunikasi menggunakan alat bantu komunikasi.

Wawancara dilakukan dengan cara wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan sebagai pedoman peneliti untuk mendapatkan informasi kepada responden dan wawancara tidak terstruktur bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam dan mengetahui informasi yang sebenarnya terjadi di lapang sesuai kondisi yang ada dilapang.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu alat kelengkapan data yang bertujuan untuk menunjang informasi yang sudah di dapat dilapang sehingga deskripsi dan argumentasi yang dipaparkan dapat lebih meyakinkan pembaca lebih memudahkan dalam memahami apa yang disampaikan dalam pemaparan tersebut. Dokumentasi yang dilakukan di kegiatan penlitian ini berupa foto, data kegiatan dan lain sebagainya yang terkait aktifitas saat penelitian.

#### 4.4 Metode Analisis Data

Data yang sudah didapat baik primer maupun sekunder selanjutnya akan diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan juga dengan analisis faktor.

##### 4.4.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengkaji karakteristik konsumen beras berdasarkan tingkat pendapatan dan menganalisis proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian beras.

Metode ini akan memberikan keluaran berupa data karakteristik responden. Data-data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner akan ditabulasi dan dipersentasekan berdasarkan jumlah responden.

##### 4.4.2 Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran keakuratan, untuk menguji sejauh mana alat ukur mampu mengukur variabel yang akan digunakan. Pengertian validitas juga merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument dianggap valid bila mampu mengukur apa yang diinginkan, dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti (Santoso,2000). Untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan anatara skor setiap butir pertanyaan dengan skor totalnya (Sugiono,2010). Rumus yang digunakan adalah menguji validitas instrument ini adalah Product Moment dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

X = Skor Butir Pertanyaan

Y = Skor Total

#### 4.4.3 Uji Reliabilitas

Menurut salah satu ahli menyatakan “reliabilitas menunjukkan pada sautu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik” (Arikunto,2006). Kuesioner dikatakan *reliable* jika menunjukkan hasil yang tetap atau dapat memberikan hasil rellatif sama pada saat dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang berlainan pada waktu yang berbeda. Uji Reliabilitas dilakukan dengan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\delta_b^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas responden

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \delta_b^2$  = jumlah varians butir

$\delta_b^2$  = varians total

#### 4.4.4 Skala Likert

Skala *likert* merupakan metode pengukuran sikap yang biasanya digunakan dalam suatu penelitian dengan bentuk yang sederhana. Skala *likert* sangat bermanfaat dalam membandingkan skor sikap seseorang dengan distribusi skala dari suatu kelompok lain dan untuk melihat perkembangan sikap sebelum maupun sesudah dilakukannya penelitian. Fenomena sosial disini yaitu tanggapan konsumen terhadap konsumsi beras berlabel yang dikonsumsi oleh konsumen. Tanggapan tersebut dapat berbentuk positif maupun negatif. Adapun tahapan yang dilakukan dalam menggunakan skala *likert* adalah sebagai berikut :

1. Mengelompokkan katagori nilai pilihan jawaban beserta skornya

Tabel 2. Pengelompokan jawaban

Katagori	Nilai
Sangat Dipertimbangkan	5
Dipertimbangkan	4
Agak Dipertimbangkan	3
Tidak Dipertimbangkan	2
Sangat Tidak Dipertimbangkan	1

2. Menghitung jumlah maksimum skor kriterium

Setelah nilai skor sudah dikelompokkan maka selanjutnya menghitung jumlah maksimum skor dan mengelompokkan dari nilai tertinggi sampai terendah dengan rumus :

$$\text{Kriterium} = \text{Nilai tertinggi} \times \text{Jumlah soal} \times \text{Responden}$$

3. Menghitung prosentase jumlah jawaban dari responden

Langkah selanjutnya adalah dengan menghitung jumlah jawaban dari responden dan membuat prosentasenya dengan rumus :

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Prosentase

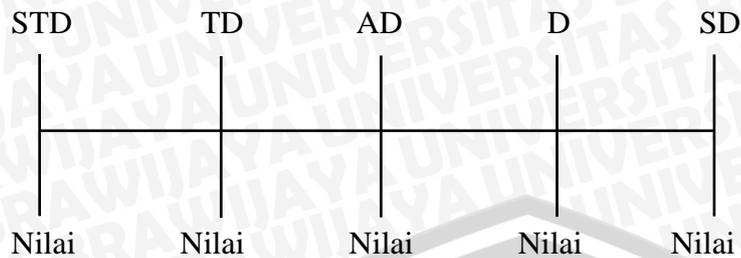
F = Frekuensi dari setiap jawaban

n = Jumlah responden

100 = Ketetapan

4. Memasukkan skor jawaban ke dalam bentuk *interval rating scale*

Setelah skor kriterium didapat maka selanjutnya langkah yang dilakukan adalah mengelompokkan nilainya berdasarkan *interval rating scale*



#### 4.4.5 Analisis Faktor

Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor. Analisis faktor adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator independen yang diobservasi (Widarjono, 2010: 235). Karena indikator yang digunakan berasal dari landasan teori yang sudah ada, maka analisis faktor ini merupakan analisis faktor konfirmatori, yaitu analisis yang bertujuan untuk menguji teori secara empiris atau melakukan konfirmasi mengenai struktur faktor yang ada (Gudono, 2011: 207).

Langkah-langkah analisis faktor dapat kita pahami secara mendalam pada penjelasan di bawah ini :

##### 1. Merumuskan Masalah

Sebelum kita melakukan analisis faktor konfirmatori, ada baiknya kita mengevaluasi kembali rumusan masalah yang telah kita buat. Beberapa hal yang perlu kita perhatikan dalam menyusun rumusan masalah adalah :

- a. Mengidentifikasi tujuan kita melakukan analisis faktor
- b. Memastikan bahwa variable-variabel yang akan dimasukkan dalam analisis faktor berdasarkan pada penelitian terdahulu, teori dan keputusan peneliti.
- c. Instrumen penelitian dengan sampel penelitian sudah sesuai.

##### 2. Menyusun Matrik Korelasi

Keputusan pertama yang harus diambil oleh peneliti adalah menganalisis apakah data yang ada cukup memenuhi syarat dalam analisis faktor. Langkah pertama ini dilakukan dengan mencari korelasi matriks antara indikator-indikator yang diobservasi. Ada beberapa ukuran yang bisa digunakan untuk syarat kecukupan data sebagai *rule of thumb* (Widarjono, 2010: 241).

Namun, pada penelitian ini menggunakan metode ukuran *Kaiser-Meyer Olkin* (KMO). Metode ini paling banyak digunakan untuk melihat syarat kecukupan data untuk analisis faktor. Metode KMO digunakan untuk mengukur kecukupan *sampling* secara menyeluruh dan mengukur kecukupan *sampling* untuk setiap indikator. Metode ini mengukur homogenitas indikator, untuk mengetahuinya dapat dilihat pada tabel 3 sesuai dengan saran Kaiser (Widarjono, 2010: 241) sang pencetus rumus ini.

Tabel 3. Ukuran KMO

Ukuran KMO	Rekomendasi
$\geq 0,90$	Sangat baik ( <i>Marvelous</i> )
0,80 – 0,89	Berguna ( <i>Meritorius</i> ) Biasa ( <i>Middling</i> )
0,70 – 0,79	Cukup ( <i>Mediocre</i> ) Kurang
0,60 – 0,69	( <i>Miserable</i> )

Sumber : Widarjono (2010: 241)

Secara umum, tingginya KMO sangat diperlukan. Semakin tinggi nilai KMO semakin baik pula penentuan analisis faktornya. Dilihat dari tabel 3 di atas, paling tidak nilai KMO bisa di atas 0,80. Namun, nilai di atas 0,5 biasanya masih bisa diakomodasi untuk penentuan analisis faktor (Widarjono, 2010: 242).

Untuk melihat variabel mana saja yang layak atau tidak layak dianalisis menggunakan Analisis Faktor, juga dapat digunakan nilai MSA MSA merupakan indeks yang dimiliki setiap variabel yang menjelaskan apakah sampel yang diambil dalam penelitian cukup untuk membuat variabel-variabel yang ada terkait secara parsial. MSA juga memiliki aturan yang sama dengan KMO, semakin tinggi nilai koefisien korelasi MSA maka sangat beralasan untuk memasukkan indikator secara individual di dalam analisis faktor.

### 3. Menentukan Jumlah Faktor

Setelah variabel disusun berdasarkan pola korelasi hasil langkah pertama kemudian menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Pada langkah ini akan diketahui sejumlah faktor yang dapat diterima atau layak mewakili seperangkat variabel yang dianalisis dengan melihat dari besarnya nilai *eigenvalue* serta presentase varian total.

Untuk melihat indikator mana saja yang dapat mencerminkan variabel dapat dinilai dari *measurement model* yang dikembangkan dalam penelitian dengan menentukan apakah setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dari konsep yang diujinya. Indikator dikatakan dapat menggambarkan variabel dengan baik apabila memiliki nilai loading factor  $\geq 0.50$  (Ferdinand, 2006: 192), indikator yang memiliki nilai loading factor  $< 0,50$  dinyatakan tidak dapat menggambarkan variabel dengan baik dan perlu dihapus dalam model.

#### 4. Menentukan model yang tepat

Tahap akhir dalam analisis faktor adalah menentukan model yang tepat yang mampu menjelaskan data dengan baik. Untuk menguji ketepatan model analisis faktor dengan teknik PCA dapat dilakukan dengan melihat besarnya presentase korelasi residual di atas 5% atau 10%. Semakin tinggi nilai presentase tersebut akan semakin buruk kemampuan model dalam menjelaskan fenomena data yang ada. Beberapa literature menyebutkan bahwa tidak ada ketentuan yang baku mengenai batas maksimum presentase residual yang diterima. Namun, apabila tingkat residual mencapai lebih dari 50% maka tingkat ketepatan teknik PCA akan semakin melemah. Solusinya adalah mencari teknik analisis faktor lain yang tepat yang dapat meminimumkan nilai presentase tersebut.

